

Digital1234: wydajność i innowacja dla europejskich drukarni produkcyjnych

*Rozmowa z ekspertem – Karolem Główką,
Product Manager Konica Minolta Business Solutions Polska*

1234

DIGITALIII
enabling your business

Dzięki swojemu stanowisku ma Pan doskonały widok na rynek druku produkcyjnego w Europie. Czy dostrzega Pan jakieś wiodące trendy?

Powszechnie wiadomo, że rynek druku produkcyjnego wciąż ulega zmianom. Na pierwszy rzut oka wydaje się, że cały rynek druku podupada. Jednak druk cyfrowy się rozwija, a według wszelkich prognoz będzie utrzymywał tę tendencję. Zgodnie z ostatnim raportem światowych trendów drupa 52% drukarni realizuje więcej zleceń przy jednoczesnym skróceniu serii i czasu realizacji zamówień. Obserwujemy także dynamiczny wzrost wykorzystania nowych mediów cyfrowych. Obecnie media cyfrowe i komunikacja drukowana są ściśle powiązane. Ponadto w całej Europie powstają nowe opisy wymogów stawianych pracownikom drukarni produkcyjnych. Dywersyfikacja i innowacja to dziś klucze do sukcesu drukarni produkcyjnych.

Jak Konica Minolta wspiera transformację cyfrową i potencjał innowacyjności średnich drukarni produkcyjnych?

Przygotowaliśmy wielostopniowy program rozwoju biznesowego pod nazwą Digital1234. Umożliwia on przeanalizowanie działalności firmy i stworzenie podejścia opartego na możliwościach w celu ułatwienia rozwoju. Program zapewnia kilka różnych możliwości biznesowych, np. kampanie łączone czy druk książek

na żądanie, w ramach których pomagamy klientom np. w zwiększaniu produktywności, redukcji kosztów, poszerzaniu oferty usługowej czy podnoszeniu rentowności.

Na czym polega Digital1234? Jakie etapy muszą przejść firmy, które zwracają się do Waszych konsultantów po pomoc?

Digital1234 to cztery praktyczne etapy pomagające zidentyfikować, ocenić, uzasadnić i wdrożyć nowe możliwości biznesowe. Gdy klient zdecyduje się na którąś możliwość biznesową i zarejestruje się na portalu internetowym Digital1234 (www.digital1234.biz), może pobrać pakiet startowy. Najpierw drukarnie produkcyjne otrzymują białą księgę sporządzoną przez niezależnych analityków trendów i biznesu, np. Infotrends. Raport szczegółowo ocenia przyszłościowe trendy rynku. Drugim etapem jest przewodnik po ocenie, który pomaga zidentyfikować kluczowe możliwości biznesowe. Następnie historie sukcesu klientów Digital1234 potwierdzają słuszność wyboru danego podejścia. Na końcu niezależnie sporządzony kompleksowy przewodnik wdrożenia pomaga wprowadzić rozwiązania dotyczące każdej możliwości.

Jakie praktyczne wskazówki mógłby Pan dać drukarniom produkcyjnym, które dążą do większych sukcesów?

Zachęcam każdą drukarnię cyfrową do poświęcania więcej czasu

klientom, a nie technologiom. To może brzmieć dziwnie, ponieważ sami sprzedajemy technologie, ale widzimy, że nasi klienci zwykle bardzo skupiają się na technologii druku produkcyjnego i często trudno im ocenić rzeczywiste potrzeby swoich klientów. Dlatego niejednokrotnie powtarzamy: problem nie leży w technologii. To klientom należy poświęcić więcej czasu, aby poznać ich działalność i dowiedzieć się, jak można pomóc im zwiększyć zyski.

Konica Minolta jest znanym dostawcą technologii sprzętowej. Digital1234 to jej nowy program konsultingowy. Czy wobec tego Konica Minolta staje się firmą konsultingową?

Najlepiej znamy się na sprzęcie i oprogramowaniu, co potwierdza liczba 3500 klientów usług poligraficznych różnych wielkości w Europie. Dzięki temu jesteśmy w stanie zidentyfikować najważniejsze wyzwania biznesowe we wszystkich sektorach powiązanych z zarządzaniem informacją i dokumentami. Dlatego oferujemy coraz więcej usług konsultingowych, takich jak zarządzanie marketingowe. Poza tym obecna transformacja cyfrowa wymaga od firm przygotowania swoich procesów biznesowych na przyszłość. Konica Minolta to odpowiedni partner dla firm, które chcą się przygotować na erę cyfrową – zarówno w Europie, jak i na całym świecie.

Dziękujemy za rozmowę.

artykuł promocyjny